

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ У ВЕТЕРИНАРНІЙ МЕДИЦИНІ»
для здобувачів вищої освіти «Магістр» спеціальності 212 «Ветеринарна гігієна, санітарія і експертиза»

Цикл професійної підготовки.

Загальна кількість годин – 120, кредитів ЄКТС – 4,0.

Місце в індивідуальному навчальному плані здобувача вищої освіти
– вибірково.

Програма навчальної дисципліни «Менеджмент і маркетинг у ветеринарній медицині» складена відповідно до освітньо-професійної програми Ветеринарна гігієна, санітарія і експертиза спеціальності 212 «Ветеринарна гігієна, санітарія і експертиза».

Мета навчальної дисципліни: вивчення теоретичних основ і концепцій організації, управління та планування ветеринарного бізнесу в Україні.

Завдання навчальної дисципліни: ознайомлення з основами теорії і практики сучасного менеджменту, його місце та функції в системі управління ветеринарними підприємствами, зміст об'єктивних законів менеджменту, що визначають порядок формування, функціонування і розвиток системи управління ветеринарними підприємствами. Засвоєння основних теоретичних положень маркетингу, методів та прийомів його застосування у практичній ветеринарній діяльності. Відпрацювання навичок вирішення практичних маркетингових завдань, які відносяться до планування випуску продукції ветеринарного призначення та надання ветеринарних послуг, ціноутворення, розподілу та просування ветеринарних товарів та послуг.

Програма навчальної дисципліни:

Тема 1. Менеджмент та маркетинг у сфері ветеринарного підприємництва. Функції і принципи управління. Суть та основні поняття маркетингу, елементи комплексу маркетингу, види та концепції маркетингу.

Тема 2. Організація як об'єкт управління. Підприємства, форми підприємницької діяльності у ветеринарній медицині та умови її здійснення.

Тема 3. Планування діяльності ветеринарного підприємства. Бізнес-план ветеринарного підприємства.

Тема 4. Управління персоналом ветеринарного підприємства.

Тема 5. Управління фінансами ветеринарного підприємства.

Тема 6. Особливості товару та маркетингова товарна політика у ветеринарній медицині.

Тема 7. Маркетинг ветеринарних послуг. Робота з клієнтами у ветеринарній медицині.

Тема 8. Ринок ветеринарних товарів та послуг. Просування ветеринарних товарів та послуг. Реклама ветеринарного підприємства, зв'язки з громадськістю.

Програмні результати навчання:

- володіти державною та іноземною (іноземними) мовами для можливості усного й письмового спілкування з фахівцями галузі та представниками інших професій і галузей з метою вирішення

професійних завдань, для роботи з національними і міжнародними нормативно-правовими актами, науковими працями, методичними розробками, рекомендаціями, інструкціями тощо;

- використовувати інформаційні та комунікаційні технології у професійній діяльності, а також розуміти необхідність постійного підвищення рівня професійної кваліфікації;
- розуміти суть професії, знати підходи та методи оцінювання різних виробничих ситуацій, володіти абстрактним мисленням та вміти аналізувати можливий подальший перебіг цих ситуацій, уміти приймати обґрунтовані рішення, організовувати та здійснювати якісне виконання прийнятих рішень з дотриманням морально-етичних норм, правил і принципів біобезпеки та біоетики під час використання у професійній діяльності різних біологічних агентів з прагненням до збереження навколишнього середовища.

Види підсумкового контролю - поточний контроль: ведення конспекту лекцій, виконання лабораторних робіт; виконання контрольних робіт;

— підсумковий контроль — залік.